

ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Тимошук С. П., ФММ, студентка гр. УК-61

Національний технічний університет України „Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського”,
t_t.lana@ukr.net

У період початкового формування економічної науки, увага була сконцентрована на матеріальних активах підприємства: грошових коштах, запасах, обладнанні й т. д. [5]. Проте двадцяте століття породило зовсім інший вид активів – нематеріальні. У той момент підприємства стали володіти більшими цінностями, ніж матеріальні, які за правильного стратегічного використання можуть приносити значно більші прибутки, ніж виробництво та надання послуг. Чому ця проблема є актуальною? Перш за все, інтелектуальний капітал підприємства значно впливає на формування його вартості та в перспективі стає індикатором ефективності роботи суб'єкта господарювання. Проте на сьогодні існують вагомі проблеми вимірювання та оцінки інтелектуального капіталу в системі обліку підприємства. Це може стати причиною колосальної різниці вартості підприємства за бухгалтерською оцінкою та ринковою вартістю, оскільки перший (бухгалтерський) не достатньо враховує поняття бренду, авторства, імені компанії. Тому вважаємо удосконалення методології бухгалтерського обліку інтелектуального капіталу є перспективним напрямком досліджень.

На сьогодні підприємці стикаються із проблемою відсутності сталої системи або ж методів обліку інтелектуального капіталу, його стандартизації, оцінки та інформаційної системи. Тому, перш за все, для більш точного розуміння проблеми варто звернутися до поняття «інтелектуального капіталу» та його структури (Таблиця 1).

Таблиця 1. Структура інтелектуального капіталу [4]

Інтелектуальний капітал		
Людський	Структурний (організаційний)	Споживний (клієнтський)
Знання Навички Творчі здібності Інтелектуальні здібності Культура праці Моральні цінності	Технічне та програмне забезпечення Товарні знаки Патенти Організаційна структура Культура організації	Зв'язки з клієнтами Інформація про клієнтів Історія взаємовідносин із клієнтами Торгова марка (бренд)

Отже, інтелектуальний капітал – це невідчутне благо, яким наділена кожна компанія і може його використовувати для отримання доходів, створення конкурентної переваги, завоювання довіри покупців, продажу/використання власного імені іншими з метою завоювання більшої частки ринку. Структура інтелектуального капіталу поєднує людський капітал (здібності та таланти працівників організації), структурний (переваги внутрішньо процесного середовища) та споживчий (клієнтський) (бренд та клієнтське визнання) капітал [3].

Останнім часом, у світі все більше уваги приділяється саме останньому виду капіталу: його формуванню та використанню. Фактично, цей інтерес зародився після низки маркетингових досліджень, які популяризують активну спрямованість на взаємодію з користувачем/споживачем, перебувають у постійному пошуку підходів та нових методів співпраці з клієнтами, закликають краще розуміти їх потреби, шукати нереалізовані можливості технічної підтримки, обслуговування. Дослідження показали, що більшість покупців орієнтовані не тільки на технічні характеристики товару, а й на рівень подальшого обслуговування після покупки. Тому концентрація уваги на клієнті для подальшого просування власного бренду є важливою характеристикою монетизації інтелектуального капіталу. Останній вид якого є своєрідним кінцевим етапом формування двох попередніх, які постійно перебувають у симбіозі.

Як результат, поняття інтелектуального капіталу поєднує всі нематеріальні активи, які дають можливість компанії розвиватись та отримувати економічну вигоду з діяльності, порівняно з іншими гравцями ринку, і, як результат, створювати додаткову вартість. Отже, інтелектуальний капітал однозначно впливає на вартість підприємства, тому існує необхідність його відображення у фінансовій звітності, яка стає одним із найбільш важливих критеріїв для інвестиційного рішення зовнішніх користувачів.

На сьогодні Міжнародні стандарти фінансової звітності та Положення (стандарти) бухгалтерського обліку України визначають значну кількість основних складових інтелектуального капіталу підприємства і надають право їх відображення у фінансовій звітності підприємства, проте підпорядковують це поняття нематеріальним активам, ділення яких не достатньо відповідає структурним елементам інтелектуального капіталу [1].

У зв'язку із складністю відображення інтелектуального капіталу на рахунках бухгалтерського обліку, підприємці не зацікавлені відображати цей актив у фінансовій та управлінській звітності, а отже існує

суттєвий бар'єр для введення інтелектуальної власності в обіг. Таким чином, виникають суттєві втрати у інвестиційній привабливості та капіталізації вітчизняних компаній.

Головною проблемою для оцінки нематеріальних активів підприємства є самостійно створені активи працівниками. Унікальні об'єкти інтелектуальної власності співробітників часто не враховуються в балансі або їх облікова вартість є не порядок нижчою від ринкової оцінки. Які ж наслідки це має для підприємства? Головна проблема – заниження реального майнового стану підприємства. Вирішення цієї проблеми полягає у подальшій розробці оцінки вартості нематеріальних активів, адже застосування формули Дж. Тобіна не завжди є доцільним [2].

Внесення до фінансової звітності активу інтелектуального капіталу, швидше за все, підприємство буде здійснювати та заниженою вартістю із зрозумілих мотивів – власники не бажають збільшувати базу оподаткування. Окрім недосконалості обрахунків, існує ряд й інших труднощів, які перешкоджають бухгалтерському відображенню: природа інтелектуального капіталу. Наприклад, найбільш складною є оцінка результатів внесків(інвестицій) в людський капітал, тобто їх віддачу та доцільність. Для отримання результатів необхідними є складання цілих систем аналітичних розрахунків, проведення постійного моніторингу, зосередженість на якісних показниках, орієнтовна оцінка вартісного виміру. До того ж, навіть за отриманих оптимальних результатів, їх внесок на баланс складає ще більшу проблему, оскільки людський капітал не може бути відображений у складі активів компанії в бухгалтерських звітах як самостійний фінансовий показник, оскільки працівники не є власністю компанії, хоча й віддалено створюють її вартість.

Наступним елементом інтелектуального капіталу є структурний, до якого включають технічне та програмне забезпечення, товарні знаки, ноу-хау, товарні знаки, права на користування. В цілому (за винятком корпоративної культури), він відповідає загальноприйнятому поняттю «нематеріальний актив», який може обліковуватись і відображатись у бухгалтерській звітності.

Вагомі проблеми виникають з останньою складовою інтелектуального капіталу – споживчий капітал. Зв'язки з клієнтами, довіра, історія взаємовідносин із клієнтами, бренд – сукупність понять, що визначають статус компанії на ринку, впливають на ціну акцій та інвестиційну привабливість, проте жодного варіанту розрахунку, а тим більше внесення на баланс не передбачаються. Існує декілька пропозицій вирішення цієї проблеми: введення додаткових позабалансових рахунків; створення окремого класу рахунків «інтелектуальний капітал»; подання окремої звітної форми.

Проте для деяких елементів інтелектуального капіталу (наприклад, прихильність клієнтів, репутація торговельної марки тощо) не можна сказати напевно, чи належать вони напевно юридичній особі. У такому випадку виникає проблема фрагментованого (або неможливого відображення) бухгалтерського обліку. Одночасно порушується принцип повного висвітлення та обачності. По-друге, деякі елементи інтелектуального капіталу у пасиві балансу відповідають сумі коштів, інвестована підприємством у інтелектуальну діяльність. Виникає наступна проблема оцінки корисності вкладених коштів, адже не завжди інтелектуальні інвестиції дають миттєвий прибуток, тому в такому випадку порушено основна умова балансу: невідповідність активу й пасиву [3].

По-третє, застосування окремої звітної форми також може вносити певні незручності: велика ймовірність невідповідності балансу та ризик подвійних обрахунків у фінансовій звітності підприємства, оскільки частка інтелектуального капіталу може бути описана як «Нематеріальні активи» [3].

Отже, найбільш сприятливим варіантом вирішення проблеми є використання позабалансових рахунків, які можуть стати альтернативним способом бухгалтерського відображення інтелектуального капіталу. При цьому, можливим варіантом є додатковий застосунок форми Звіту про інтелектуальний капітал, який би містив більш точно деталізовану інформацію про результати інвестиційних внесків у людські ресурси. Форма має містити інформацію, яка б найбільш точно обраховувала внесок інтелектуального капіталу у вартість підприємства та могла б пояснити значну різницю між балансовою та ринковою вартістю компанії. Також альтернативою є розробка додатку до основної фінансової звітності, яка б вимагала уточнення, проте не впливала на баланс, або накладались фінансові обмеження: після зазначеної суми, статті інтелектуального капіталу вносились до звітності на окремих рахунках.

Список використаних джерел:

1. Маркова Н. С. Теоретико-методичні основи формування й розвитку інтелектуального капіталу / Н.С. Маркова // Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. Харків. – 2005 – 20 с.
2. Бутнік-Сіверський О.Б. Інтелектуальний капітал: теоретичний аспект // Інтелектуальний капітал – 2002. – № 1 – С.16-27.
3. Ілляшенко С. М. Інтелектуальний капітал ВНЗ як запорука його інноваційного розвитку: сутність, структура, підходи до оцінки// Маркетинг і менеджмент інновацій, 2011, № 1. — С. 145–154.
4. Проблеми і перспективи ринково-орієнтованого управління інноваційним розвитком: монографія / За ред. д.е.н., професора С.М. Ілляшенка. - Суми: ТОВ "Друкарський дім "Папірус", 2011. - 644 с.
5. Скоробогатова Н. Є. Бухгалтерський облік : навч.посіб. / Н. Є.Скоробогатова. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського Вид-во «Політехніка», 2017. – 248 с.